

отлаженной процедуры ликвидации юридического лица. Необходимо максимально упростить и удешевить этот процесс, существенно уменьшить временные рамки его осуществления. Это не только позволит без больших государственных расходов существенно улучшить предпринимательский климат в республике, но и уменьшит материальные расходы и лишние затраты времени государственных налоговых органов.

Кашанская И. П., БГЭУ (Минск)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТРАСЛИ КАРТОФЕЛЕВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Картофель является одной из основных продовольственных, технических и кормовых культур в Республике Беларусь. В настоящее время его выращиванием занимаются практически все сельскохозяйственные предприятия и население.

Картофелеводство было и остается одной из наиболее трудоемких отраслей сельского хозяйства. Затраты труда на производство 1 центнера продукции практически не снижаются и составляют по годам от 2,3 до 3,3 чел. час.

Значительное снижение урожайности и качества выращиваемой продукции, высокая ее себестоимость привели к снижению конкурентоспособности и, как следствие, к потере традиционных рынков сбыта картофеля и продуктов его переработки в странах ближнего и дальнего зарубежья.

Основными причинами такого положения в отрасли картофелеводства являются:

- разрушение плановой системы сбыта картофеля, усложнение процедуры экспорта, разрыв экономических связей, сложности с расчетами, высокая себестоимость и на этой основе неконкурентоспособность привели к резкому сокращению посевных площадей этой культуры в общественном секторе;
- недостаточная материально-техническая база картофелеводства сдерживает широкое распространение прогрессивных технологий, применение которых уже сейчас обеспечивает повышения урожайности в среднем на 50-60 центнеров с гектара;
- финансовое положение большинства хозяйств не позволяет им своевременно и в полном объеме производить покупку семян высших репродукций в элитопроизводящих хозяйствах, что ведет к нарушению плановой сортосмены и сортообновления;
- высокие издержки производства на фоне низкой урожайности явились главным тормозом в получении конкурентоспособной продукции, снижении объемов поставки его для внутриреспубликанских нужд и на экспорт.

В республике имеются благоприятные условия для восстановления роли картофелеводства в сельскохозяйственном производстве. Но необходимо принять и осуществить на государственном уровне комплекс организационных и экономических мер по восстановлению и повышению конкурентоспособности картофелеводства. Главными из таких мер являются:

- придание картофелеводству статуса приоритетной экспортобразующей отрасли сельскохозяйственного производства республики;
- размещение крупно оптового специализированного производства картофеля в наиболее благоприятных почвенных и биоклиматических условиях;
- повышение качества, увеличение объемов производства и реализации семенного материала картофеля на основе упорядочения системы и сокращения схемы производства, освоения современных принципов сертификации, улучшения материально-тех-

нической базы;

– поддержка картофелеводства в ЛПХ населения через обеспечение химическими средствами защиты, прокат опрыскивателей, упорядочение землепользования, обеспеченность семенным картофелем;

– увеличение объемов производства и экспорта, расширение ассортимента переработки картофеля посредством освоения общепринятых принципов создания и функционирования сырьевых зон.

Кашникова И. В., Юферова О. Д., Чухаль И. Г., БГЭУ (Минск)
**ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МОДЕЛЕЙ
АНАЛИЗА КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА**

В современном мире информация выступает важнейшим фактором производства наряду с капиталом, трудом, землей и предпринимательской деятельностью. Информация является средством уменьшения неопределенности, свойственной стохастическим процессам рынка. Информация есть не только основа для принятия оптимальных решений, но и ресурс, обеспечивающий стратегически важное орудие конкурентной борьбы.

Необходимость изучения и анализа конъюнктуры рынка определяется сущностью современного маркетинга, его четко выраженной ориентацией на интересы рынка. Позиция фирмы на рынке, ее шансы на коммерческий успех в значительной мере зависят от внешних условий и, в частности, от рыночной конъюнктуры.

Конъюнктура рынка имеет четыре принципиальные отличительные черты: динамичность, пропорциональность, вариабельность и цикличность. Следовательно, конъюнктурный анализ должен проводиться по всем четырем факторам и давать комплексную оценку состояния рынка прежде всего с позиции маркетинговых действий фирмы. Таким образом, конъюнктурный анализ представляет собой комплексную оценку состояния рынка по его основным параметрам на данный момент или отрезок времени с последующим выявлением и моделированием причинно-следственных связей, обусловивших рыночную ситуацию.

Можно выделить следующие основные источники информации для исследования конъюнктуры рынка:

– публикации (цифровые, фактографические, теоретические) в средствах массовой информации, официальных справочных изданиях, в научной или публицистической литературе;

– информация, приобретаемая фирмой на коммерческих началах, например, у статистических агентств;

– данные внутрифирменного учета и отчетности, в том числе бухгалтерская;

– информация между участниками интегрированного канала товародвижения, а также между участниками коммерческих переговоров;

– данные специальных обследований, проводимых самой фирмой или по ее заказу;

– информация торговых корреспондентов – торговых работников (обычно продавцов), за особую плату регулярно сообщающих о своих наблюдениях за спросом и торговой конъюнктурой, а также информация, собираемая коммивояжерами и торговыми агентами;

– различного рода экспертные оценки и прогнозы;

– данные непосредственного наблюдения;

– опросы потребителей, предпринимателей, специалистов;